

# IMPARARE LO STOCASTICO

Come si calcola e come si usa l'oscillatore più popolare e più utilizzato dai trader di ogni livello. Segnali di acquisto e di vendita: le strategie classiche e le varianti

■ di Riccardo Grasselli  
riccardo\_grasselli@hotmail.com

Lo stocastico, probabilmente l'oscillatore più famoso e utilizzato di tutta l'analisi tecnica, è un indicatore di momentum inventato da **George Lane** e **Ralph Dystant** negli anni Cinquanta. La popolarità di questo indicatore è tale che lo si può trovare praticamente dappertutto: programmi di analisi tecnica, applicazioni web per il trading, riviste, libri. Come viene computato, quali logiche sottende, quali sono le migliori strategie per utilizzarlo con efficacia?

Questo indicatore, normalmente rappresentato al di sotto del grafico dei prezzi, si compone di due linee, chiamate %K e %D, che oscillano all'interno di una scala fissa compresa tra 0 e 100 punti. Le aree estreme di questo indice, ovvero i valori maggiori di 80 ed inferiori a 20, vengono chiamate rispettivamente zona di ipercomprato e di ipervenduto e delimitano le fasce "critiche" dell'oscillatore.

Lo stocastico viene calcolato utilizzando unicamente i prezzi di chiusura delle ultime n barre e la sua formula principale, quella che permette il calcolo della linea %K, è un'equazione capace di effettuare una misurazione del momentum ponderata per il range delle quotazioni:

$$\%K = 100 - \frac{C - \text{Min}}{\text{Max} - \text{Min}}$$

dove:

■ C È IL PREZZO DI CHIUSURA ODIERNO

■ MIN È IL PREZZO DI CHIUSURA INFERIORE DELLE ULTIME N BARRE

■ MAX È IL PREZZO DI CHIUSURA MASSIMO DELLE ULTIME N BARRE

Semplificando, possiamo dire che questo indicatore ci permette di valutare il livello attuale nonché l'andamento delle quotazioni rispetto al range più recente dei prezzi.

In ogni istante la linea %K ci permette di leggere un valore, una percentuale, che risponde alla seguente ipotetica domanda:

"Da 1 a 100 quanto siamo vicini ai massimi di breve termine?"

E' chiaro quindi che un valore come 98 indica che la nostra azione, o più in generale il nostro strumento finanziario, è molto vicino ai suoi massimi, mentre una lettura prossima allo zero evidenzia uno stato di debolezza.

La linea %D altro non è che una linea segnale, una media mobile di %K e la sua funzione è quella di aiutarci ad individuare i punti di inversione del primo indice lasciandosi da esso perforare al rialzo o al ribasso secondo la consueta logica del golden / devil cross.

L'indicatore che abbiamo appena descritto viene normalmente definito stocastico veloce.

Esiste infatti anche uno stocastico lento che si distingue dal primo perché entrambi gli indici sono rallentati da un'ulteriore media mobile. Questa versione dell'oscillatore è in genere quella più utilizzata perché le due linee, filtrate dall'ulteriore smoothing, hanno un andamento più regolare e meno soggetto a falsi segnali.

Il periodo di calcolo di questo indicatore, così come la lunghezza e il tipo delle medie mobili utilizzate per il suo computo, sono liberamente personalizzabili con ogni programma o applicazione web di analisi tecnica.

Lane consigliava per lo stocastico un dominio temporale di 14 giorni, una media mobile per il calcolo di %D di 3 periodi e un successivo smoothing di 5 barre per creare la versione lenta dell'oscillatore. **Charles LeBeau** e **David Lucas** più recentemente hanno suggerito di utilizzare lo stocastico su un intervallo di tempo compreso tra 9 e 12 giorni, lasciando inalterati gli altri parametri.

Le regole di base per fare trading con questo indicatore sono quelle di seguire gli incroci delle linee %K e %D che avvengono all'interno delle fasce estreme.

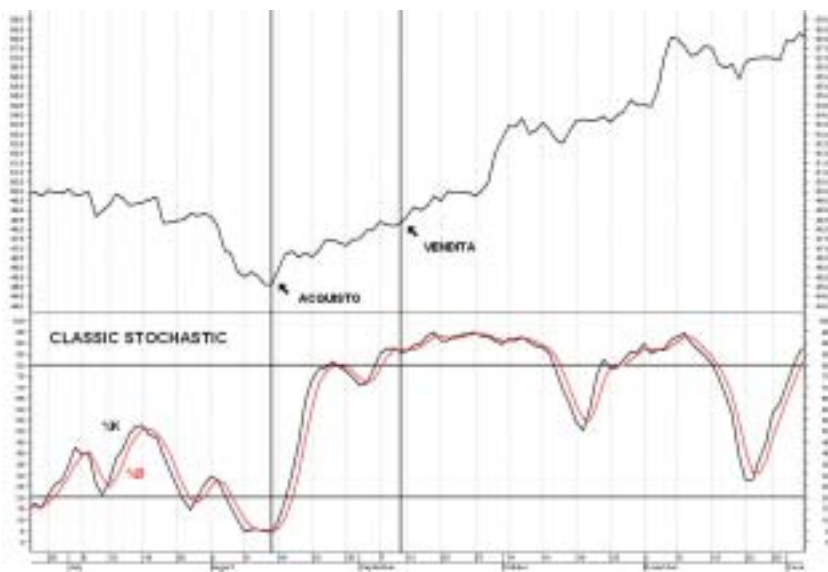
Quando %K perfora al rialzo %D all'interno della zona di ipervenduto avremo il segnale di acquisto. Viceversa chiuderemo la posizione lunga ed eventualmente venderemo allo scoperto quando %K perfora al ribasso la linea %D nella zona di ipercomprato.

Utilizzare in questo modo lo stocastico significa operare da contrarian, cercando di comprare la debolezza e vendere la forza dei prezzi. Questa strategia classica ha però un punto debole.

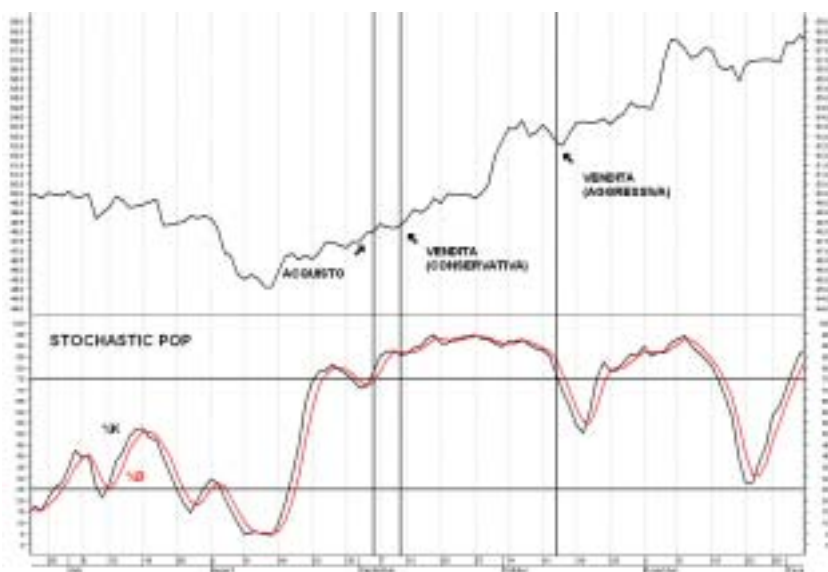
Può capitare che in caso di forte trend al rialzo o al ribasso le due linee dell'oscillatore arrivino ad incrociarsi regolarmente nelle zone estreme ma poi rimangano in queste fasce a lungo, mentre i prezzi continuano nel movimento positivo o negativo.

E' per questo motivo che solitamente lo stocastico viene definito come un indicatore particolarmente profittevole durante le fasi di congestione: quando invece i prezzi manifestano forti trend saremo esposti al rischio di entrate o di uscite premature.

## Con l'oscillatore classico



## Con la versione pop



Nei grafici si può vedere come si sarebbero comportati i due oscillatori, la versione classica e quella di Bernstein, sul titolo Marriot (MRA) durante la fine del 2004.

Per ovviare a questa mancanza **Jake Bernstein** ha sviluppato un'interessante variazione alla tecnica classica, lo stochastic pop. Non si tratta di un'altro oscillatore ma piuttosto di un nuovo modo di vedere il vecchio indicatore di Lane, poiché l'unica modifica grafica rispetto all'originale

è lo spostamento delle fasce estreme da 20 a 25 e da 80 a 75. Seguendo l'approccio di Bernstein non si cerca di comprare la debolezza e di vendere la forza ma, al contrario, di sfruttare sistematicamente il passaggio degli indici nelle zone estreme del range. Si acquista quan-

do %K supera la linea di ipercomprato e si esce quando questo indice perfora al ribasso %D. Si vende allo scoperto quando %K entra nella zona di ipervenduto e si chiude la posizione al momento del golden cross, quando questa linea incrocia al rialzo %D.

Agli investitori più aggressivi Bernstein suggerisce di utilizzare come regola di uscita un trailing stop. Un'altra proposta interessante potrebbe essere quella di attendere il ritorno di %K nella zona neutrale. Operando con queste metodologie si è immuni ai ripetuti falsi segnali che %D e %K possono generare rimanendo nelle zone estreme del range. Lo stochastic pop si può quindi definire come un indicatore trend follower: apre una posizione solo in presenza di un trend sostenuto e la chiude quando il movimento dei prezzi tende ad indebolirsi. Rispetto allo stocastico classico inoltre genera solitamente operazioni di durata più breve.

Nulla vi vieta di adottare uno di questi due approcci o di elaborarne altri. Per esempio si può utilizzare questo indicatore per confermare i breakout dei prezzi, o ancora per cercare possibili divergenze con le quotazioni. Alcuni trader infine si concentrano unicamente sugli incroci tra %K e %D, ignorando il ricorso alle zone estreme come conferma dei segnali.

Forse è proprio questo l'aspetto migliore del trading: questa disciplina si può considerare sia un'arte che una materia in continua evoluzione. Ognuno può sviluppare una propria strategia ed essere vincente con essa. ■

**Bibliografia:**  
Etzkorn, Mark (2002)  
**Il trading facile con gli oscillatori,**  
Trading Library  
LeBeau Charles / Lucas

David (2003)  
**Analisi tecnica e trading operativo,**  
Trading Library

Bernstein, Jake (1995)  
**The complet day trader,**  
McGraw-Hill

# CARO INVESTITORE, CONOSCI TE STESSO



Lettera al cliente inconsapevole di un promotore o di un private banker: il raggiungimento di un buon risultato dipende soprattutto dal nostro comportamento. Ecco perché si sbaglia

■ di Lorenzo Marconi

**G**li investitori cercano risposte autorevoli dalla propria banca, dal proprio private banker, dal consulente finanziario o dal consulente indipendente. Ma troppo spesso si dimenticano della centralità della propria figura. In altre parole: cercano sempre all'esterno le risposte e mai al proprio interno, come se la gestione del risparmio, dal punto di vista delle responsabilità, fosse una cosa che riguarda sempre gli altri, e mai se stessi.

## COSA FARE (E NON FARE)

ffrontiamo allora il tema dal punto di vista del cliente: vediamo cosa deve fare (e non fare) per ottenere il meglio dal rapporto con il proprio banker; cercando di capire perché ciò è così importante per non perdere o, in positivo, per ottimizzare al meglio la gestione delle proprie risorse finanziarie. Sintetizziamo un concetto con una frase: "L'onda dei cambiamenti e l'emotività spingono il

cliente in molte direzioni. È nostra responsabilità indicare la giusta rotta e prenderci cura di loro...." Ma solo attraverso la loro collaborazione (dei clienti) si ottengono i risultati attesi.

## INVESTITORI MAI RAZIONALI

Già, l'onda dei cambiamenti. Negli ultimi vent'anni nel mondo finanziario sono cambiate molte cose tranne una: il comportamento della massa degli investitori, sempre emotivo e mai razionale. Esempio: comprano i fondi azionari quando la Borsa è ai massimi e li rivendono quando è ai minimi, e così via. Il grande motivatore americano Anthony Robbins ha definito la pazzia in questo modo: "Fare e rifare le stesse cose, sempre nello stesso modo, aspettandosi un risultato diverso." Allora perché il nostro investitore non parte accettando la logica del cambiamento? Tornando all'emotività e quindi alla psicologia, proviamo a spiegare il perché. Dal punto di vista della psiche umana,

sbagliare è più facile che attuare un comportamento corretto. L'investitore inconsciamente oscilla tra due opposti estremi: la paura e l'avidità; la paura di perdere il proprio denaro (o di perdere, come si dice, il treno del rialzo), e l'avidità del guadagno. Queste due pulsioni entrambe negative spingono a comportamenti emotivi ed errati.

## ACCETTARE IL RISCHIO

La soluzione sta nell'accettazione della perdita come scelta consapevole di un percorso d'investimento che corrisponda ai desiderata del risparmiatore, nel rispetto dei principi fondamentali che regolano un investimento: Rischio, Rendimento e Tempo. Già, il rischio. Una parola quasi nuova nel decalogo del bravo investitore. Anche qui forniamo un alibi. Fino a pochi anni fa, (sono ottimista) nei corsi di tecniche di vendita pronunciare le parole rischio e perdita in una trattativa con il cliente era

vietato perché creava sintomatologie negative che ne avrebbero potuto precludere l'esito positivo. Ciò non ha certo favorito la formazione della cultura del cliente consapevole.

## DAL RISCHIO AL RENDIMENTO

Il nostro investitore deve invece affrontare con franchezza e serenità le tematiche del rischio e delle sue implicazioni perché si possa generare un rendimento. E il tempo deve essere utilizzato come variabile fondamentale per il raggiungimento della meta nel percorso ideale dell'investimento. In questa fase la condivisione del percorso con il proprio consulente è fondamentale: sarà necessario partire da aspettative di rendimento realistiche al fine di generare obiettivi di risultati altrettanto realistici. In un mondo irrealista fatto di Banche consapevoli che abbiano come missione quella di ascoltare il cliente, ecco che deve concretizzarsi il

ruolo del cliente consapevole, che voglia raccontarsi per definire con il proprio consulente un'anamnesi finanziaria che possa portare alla definizione di un profilo di investitore che porterà alla realizzazione di una soluzione d'investimento costruita su misura nel suo reale interesse.

## CLIENTI PASSIVI E CLIENTI ATTIVI

Ma perché nella grande maggioranza dei casi ciò non avviene? Facciamo un passo indietro. Certamente l'educazione che il nostro amico cliente ha ricevuto da sempre è stata legata alla logica della scelta del prodotto finanziario migliore, alle classifiche dei rendimenti (spesso persino non omogenee). Quale miglior alibi per la creazione del binomio cliente passivo, cliente attivo?

Il cliente passivo incontra il proprio interlocutore di fiducia e dichiara senza mezzi termini: «Fai tu che sei l'esperto e dammi il massimo del rendimento». Un po' come andare dal medico e chiedere una cura senza farsi visitare. Poi se la cura non è quella giusta la colpa è dell'esperto. L'altro, il cliente attivo, si sceglie la cura da solo, seguendo l'adagio: «Mio cugino ha guadagnato con le Canistracci oil e certo guadagnerò anch'io». La curiosità sorge spontanea: mio nonno prende le supposte per la prostata, le dovrò prendere anch'io, tout court?

Il cliente consapevole accetta invece un confronto alla pari, seppur con competenze

diverse com'è giusto che sia, alla ricerca della definizione di un terreno comune, nel quale stabilire le opportune regole del gioco, senza deviazioni.

Sì, perché serve a poco ascoltare, affermare di aver compreso, fare invece ancora una volta quello che si vuole e poi trovare qualcuno a cui addossare le colpe. E' un comportamento che non porta alcun risultato; anche se apparentemente, per qualche istante, sistema la coscienza. Così come non porta risultato alcuno seguire inconsciamente il percorso scelto dalle masse, nella logica ancestrale del branco. Il cliente, partendo dalla conoscenza di se stesso deve imparare a definire il proprio percorso e seguirlo in funzione dei propri obiettivi, evitando di cadere nell'errore della dissonanza cognitiva che lo coglie ogni qual volta il proprio comportamento di differenza da quello del gregge.

## DA SOLI È DURA GUADAGNARE

Le statistiche americane confermano quanto di buono c'è nel pensare con la propria testa in funzione dei propri obiettivi, ma utilizzando il supporto degli esperti: il 90% dei risparmiatori perde, mentre il 10% soltanto guadagna, quando si avventura in operazioni fai da te. Ecco che invece il cliente consapevole si pone le giuste domande nell'affrontare le tematiche della propria pianificazione finanziaria: Ho una strategia? Quali

sono i miei obiettivi? Ho analizzato i rischi? Chi siamo noi rispetto all'investimento? Cosa vogliamo realmente? Cosa siamo disposti a sopportare psicologicamente? Cosa è realmente bene per noi? E così via. Tutto ciò senza subire l'influenza della situazione contingente dei mercati. Sì perché agli inizi del 2000 l'inconscia avidità presente in ognuno di noi ci spingeva a risposte esuberanti da capitani coraggiosi, mentre specularmente, alla fine del 2003, le nostre risposte alle medesime domande ci facevano apparire come dei conigli bagnati pieni di paura.

## UN METODO E UNA DISCIPLINA

Ecco perché assume importanza rilevante la conoscenza di noi stessi nella formulazione di una pianificazione finanziaria strategica. In altre parole è fondamentale l'assunzione di un metodo di lavoro, l'applicazione di regole, una buona disciplina comportamentale e una buona dose di umiltà. Sempre a livello comportamentale assume una grande rilevanza l'annullamento del proprio ego e l'abbattimento di qualsiasi alibi. In conclusione possiamo affermare che ottenere buoni risultati dalla gestione dei propri risparmi è possibile, che il metodo prescinde dal patrimonio e che il risultato dipende in gran parte dal nostro comportamento. ■

## IL CLIENTE CONSAPEVOLE

- Troppo facile dichiararsi un soggetto passivo.
- Deve accettare il concetto di RISCHIO.
- Deve smettere di guardare solo al rendimento.
- Deve capire cosa vuole dai suoi investimenti e deve soprattutto accettare di conoscere se stesso. Siate predisposti al dialogo e raccontate la verità. Smettetela con gli alibi.

## CONOSCI TE STESSO

- "Se conosci te stesso e conosci l'avversario vincerai sempre, se conosci solo te stesso hai uguale probabilità di vincere e perdere, se non conosci neanche te stesso perderai sempre." Sun Tzu
- Esistono le possibilità concrete per raggiungere risultati positivi nel settore della gestione delle proprie risorse finanziarie, qualunque esse siano.
- Il metodo prescinde dal patrimonio.
- Il risultato dipende in gran parte dal nostro comportamento.